

ABSTRAK

Era modernisasi memaksa manusia untuk paham teknologi. Transaksi dalam e-commerce mempunyai banyak dampak ada dampak positif dan negatif. Faktor pada system e-commerce yang sangat utama adalah kepercayaan, dari kepercayaan terdapat fenomena – fenomena yang hadir dan wajib dipertimbangkan, dengan menggunakan faktor persepsi manfaat, persepsi teknologi, dan persepsi risiko yang akan mempengaruhi terhadap kepercayaan dalam keputusan pembelian online. Penelitian ini berusaha untuk menganalisis faktor yang mempengaruhi kepercayaan dalam keputusan pembelian online, dilakukan dengan metode survey menggunakan kuesioner dengan skala likert untuk pengumpulan datanya. Sample penelitian memanfaatkan konsumen e-commerce di kota tegal, kemudian jumlah kuesioner disebar kepada responden sebanyak 120. Penelitian menggunakan *Structural Equation Model* (SEM). Hasil dari penelitian ini yaitu variable manfaat, teknologi dan risiko terhadap kepercayaan dalam keputusan pembelian online berpengaruh signifikan.

Kata Kunci: Persepsi Manfaat, Persepsi Teknologi, Persepsi Risiko, Kepercayaan, Pembelian Online, E-Commerce.